

посвящено задачам привлечения молодого поколения к решению региональных проблем.

В каждом регионе есть свои этические, исторически созданные и патриархально установившиеся ценности. Развитие техники и информационных технологий, активность международных контактов расширяют спектр ценностей, заставляют человека осмысливать новые жизненные позиции и подвергать их верификации. Выявление того, какими ценностями руководствуется молодое поколение, позволяет найти способы коррекции, мотивировать обращение внимания на региональные ценности, развернуть будущую деятельность молодых специалистов в сторону нужд региона, решения его насущных технико-экономических задач.

Актуальность проведённого исследования – в необходимости упорядочения системы ценностей, присваиваемых юношеством под воздействием СМИ, торговой рекламы, в выявлении путей корреляции этого процесса, который определит дальнейшее развитие страны и региона.

В результате проведённого исследования был выявлен образ будущего, складывающийся у студенческой молодёжи, определена его корреляция с образом будущего отцов и дедов, сделаны выводы о влиянии на образ будущего СМИ, семейных ценностей, представленных в пословицах и поговорках. У молодого поколения отмечены нигилистические и критические тенденции в оценке образа будущего, предлагаемого СМИ, а также отсутствие этой тенденции у предшествующего поколения (мира отцов), низкая корреляция ценностей с миром дедов, последовательное снижение ценности понятия «отечество» у дедов – отцов – сыновей.

Шмелева Е. Я.
Москва, Россия

ВТОРИЧНЫЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ: НОВОЕ ЗНАЧЕНИЕ ИЛИ ПЛОХОЙ ПЕРЕВОД?

В русском языке XXI в. не только появилось много новых заимствованных слов. Давно освоенные русским языком заимствован-

ные слова – англицизмы – приобрели новые значения. Поскольку новые значения этих слов, как правило, соответствуют значениям их аналогов в современном английском языке, встает вопрос о том, что перед нами: вторичное заимствование или некорректное употребление англицизма? Ответ на этот вопрос в каждом случае свой.

В ряде слов новое значение вытесняет старое значение, в большинстве слов оно сосуществует со старым, а в каких-то словах меняет сему оценки. Так, например, новое значение слов **ПОЗИТИВ** «Нечто положительное (эмоции, результат, настроение)» и **НЕГАТИВ** «Нечто отрицательное (эмоции, результат, настроение)» в настоящее время является, по-видимому, основным значением этих слов, а единственное зафиксированное толковыми словарями русского языка значения **ПОЗИТИВ**, -а, м. (спец.). «Фотографическое изображение, светлые и темные части или цвета к-рого отвечают их распределению в действительности» [Ожегов, Шведова 1992: 564] и **НЕГАТИВ**, -а, м. «Изображение на светочувствительной пластинке, пленке, в к-ром (в черно-белой фотографии) светлые места получаются темными, а темные – светлыми, или (в цветной фотографии) цвета не совпадают с натуральными; пластинка, пленка с таким изображением» [Ожегов, Шведова 1992: 413]) вследствие распространения цифровой фотографии стали устаревшими. Новые значения таких слов, как *интервью*, *меню* и многих других сосуществуют в современном русском языке со словарными значениями этих слов, ср. **ИНТЕРВЬЮ** [тэ], нескл., ср. «Предназначенная для печати (или передачи по радио, телевидению) беседа с каким-н. лицом» [Ожегов, Шведова 1992: 254] + новое значение «Собеседование при приеме на работу»; **МЕНЮ**, нескл., ср. «Подбор кушаний, а также листок с их перечнем» [Ожегов, Шведова 1992: 359] + новое значение «Набор опций, отображаемый на экран компьютера или другого электронного устройства».

В докладе рассматриваются слова, которые приобрели в русском языке сему отрицательной оценки, зачастую отсутствующую в соответствующем слове в языке-источнике, и которые в русском языке новейшего времени приобретают нейтральное или скорее положительное значение. Рассматриваются как слова, характеризующие человека

(индивидуалист, эгоист, карьерист и др.), так и исторические и политические термины (интервенция, экспансия и др.).

Литература

Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М., 1992.

Юрина Е. А.
Томск, Россия

КОНЦЕПТ «ЧЕСТЬ» КАК АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН И ЕГО ОБРАЗНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ*

Понятие *чести* носит отвлеченный характер и относится к морально-этическим категориям, регулирующим социальное поведение личности. Оно связано с оценкой таких нравственных качеств человека, как достоинство, порядочность, преданность, ответственность, правдивость, благородство, совесть. Это сложное, комплексное понятие, в котором можно выделить три значимых взаимосвязанных аспекта. Во-первых, понятие чести связано с моральным сознанием и внутренней самооценкой. В этом отношении *честь* составляет неотъемлемую часть личности, является изначально присущим человеку и отрефлексированным в процессе социализации чувством собственной значимости, собственного достоинства. Во-вторых, *честь* выступает как нормативно-этическая социальная категория, определяющая принятые правила поведения человека в обществе, соответствующие исторически сложившимся представлениям о долге и должном, способности поставить общественные интересы выше личных. В этом отношении представление о чести распространяется на определенные социальные группы: *дворянская честь, воинская честь, профессиональная честь, девичья честь*

* Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда в рамках проекта № 18-18-00194 «Образная система русского языка в полидискурсивном пространстве современных коммуникаций» (2018–2020 гг.), реализуемого в Томском государственном университете.